Comisión Investigadora para estudiar y pronunciarse sobre la legalidad, oportunidad y conveniencia de gastos realizados por determinados entes autónomos y servicios descentralizados entre el 1º de marzo de 2000 y el 1º de marzo de 2005
Carpeta Nº 694 de 2005

Versión Taquigráfica N° 1642 de 2008

A N C A P

Ex Gerentes General y de Relaciones Públicas

Versión taquigráfica de la reunión realizada el día 3 de julio de 2008

(Sin corregir)

PRESIDE:	Señor Representante Carlos Varela Nestier.
MIEMBROS:	Señores Representantes Gustavo Bernini, Eduardo Brenta, Diego Guadalupe Brenna, Álvaro F. Lorenzo, Roque F. Ramos Espíndola y Javier Salsamendi.
INVITADOS:	Señoras María Susana Pereira y María del Coral Perdomo y señores Eduardo Cattáneo, Washington Iribarnegaray y Benito Piñeiro.

SEÑOR PRESIDENTE (Varela Nestier).- Habiendo número, está abierta la reunión.

La Comisión tiene el agrado de recibir a las señoras María Susana Pereira y María del Coral Perdomo y a los señores Eduardo Cattáneo, Washington Iribarnegaray y Benito Piñeiro, quienes cumplieron funciones en el período que nos ha tocado investigar entre el 1º de marzo de 2000 y el 1º de marzo de 2005.

Les agradecemos muy especialmente su presencia. Ustedes ya habían concurrido a esta Comisión pero, lamentablemente, por problemas nuestros, no pudimos atenderlos. Por lo tanto, el agradecimiento es doble: por la responsabilidad y el compromiso que ustedes demuestran con este Parlamento al concurrir. Como funcionarios tienen la obligación de hacerlo, pero sé que lo hicieron más allá de eso. Además, quienes están jubilados, no tienen esa obligación pero, de todos modos, están aquí presentes. Les hacemos un especial reconocimiento porque no siempre la conducta de las personas a quienes invitamos ha sido la misma que ustedes han tenido, tanto en esta, como en la oportunidad anterior.

Seguramente han recibido información, a través de la versión taquigráfica, de la sesión en la que estuvo el Directorio y de algunas otras actuaciones de esta Comisión en cuanto a lo que estamos investigando, que tiene que ver con la conveniencia, legalidad y oportunidad de gastos realizados por, en este caso, el ente ANCAP.

Les voy a dar la palabra para que se presenten y expresen en qué período y qué función cumplieron en ANCAP en estos cinco años que estamos investigando, así como también cuál es su situación actual desde el punto de vista funcional.

SEÑORA PERDOMO.- Mi nombre es María del Coral Perdomo; fui Gerenta de Relaciones Públicas durante cinco meses, desde marzo de 2004 hasta agosto de 2004. Actualmente, me desempeño como asesor de un área que surgió con la nueva reestructura de ANCAP, que se llama Negocios Diversificados. Básicamente me desempeño como asesora; mi cargo es de asesor. También cumplo funciones de síndica de alguna de esas sociedades diversificadas.

SEÑORA PEREIRA.- Mi nombre es Susana Pereira; fui Gerenta de Relaciones Públicas entre julio de 2002 y julio de 2003, es decir, durante un año. A partir de ese momento, o sea desde hace cinco años, estoy jubilada. SEÑOR PIÑEIRO.- Agradezco la invitación. Mi nombre es Benito Piñeiro. Este año cumplo treinta y tres años de ANCAP y desde el 4 de julio de 1996 hasta el 28 de marzo de 2005 desempeñé el cargo de Gerente General. Actualmente, desde el 28 de marzo de 2005 a la fecha, me desempeño como asesor de Directorio.

SEÑOR CATTÁNEO.- Mi nombre es Eduardo Cattáneo. Fui Gerente de Relaciones Públicas de ANCAP hasta julio de 2002 y, posteriormente, fui Gerente de Relaciones Públicas a partir de agosto de 2004. A partir del 1º de abril de este año pasé a estar retirado incentivado.

SEÑOR IRIBARNEGARAY.- Mi nombre es Washington Iribarnegaray; fui Gerente General. Tengo casi cuarenta y seis años de ANCAP; entré a los catorce años. Desde octubre de 1998 fui designado Subgerente General, cargo que desempeñé, si no me equivoco, hasta el 5 de diciembre de 2007, o sea durante las tres últimas Administraciones.

Actualmente, soy Gerente Ejecutivo desde esa misma fecha y, a partir del 1º de setiembre de este año me retiraré con incentivos.

SEÑOR PRESIDENTE.- Muchísimas gracias por los datos que nos han brindado.

En otros casos nosotros recibimos a nuestras visitas por separado, pero en este caso nos pareció correcto recibirlos en forma colectiva dado que las preguntas tienen que ver aspectos funcionales y que, como ustedes han trabajado durante distintos períodos que comprenden la etapa que nosotros estamos investigando, tal vez en forma colectiva puedan aclararnos algunas dudas o brindarnos información que nosotros queríamos tener, en base a la que ya habíamos recibido por parte del actual Directorio y de ex Directores de ANCAP.

SEÑOR SALSAMENDI.- Voy a realizar una pregunta genérica. Quisiera saber cómo definirían ustedes en general, más allá del marco normativo que es muy claro al respecto, cuál es el grado efectivo real de autonomía que, eventualmente, cada una de las Gerencias que ustedes desempeñaron obviamente, la de mayor jerarquía es la Gerencia General tenía en relación con el Directorio del Ente en el tiempo en que estuvieron trabajando. Es decir, quisiera saber cómo definirían ustedes cuál era el nivel real de mandato que recibían, qué tipo de controles efectivamente ejercía el Directorio sobre los resultados de aquellas órdenes que, eventualmente, emanaban de su Dirección y cómo calificarían el nivel de seguimiento real, efectivo, que desde el Directorio se hacía sobre la gestión que en cada una de las Gerencias ustedes realizaban.

Pido disculpas porque esta es una pregunta muy subjetiva. Comprendo que entiendan del caso que sea excesivamente amplia o subjetiva, pero les aseguro que ha sido uno de los elementos que hemos venido manejando en este tiempo, no solo en el caso de ANCAP. Voy a decirlo más claramente. La sensación que se nos ha trasmitido en muchas de las presentaciones hechas aquí es que, si bien era un Directorio político el que tomaba las resoluciones desde el punto de vista político, llegaba un momento en el que perdía cierto control sobre la ejecución real de las órdenes o de las decisiones que se iban tomando. Entonces, en la medida en que ustedes lo entiendan pertinente, reitero, con las prevenciones realizadas al inicio, me gustaría conocer qué opinión les merece este tipo de planteo.

SEÑOR IRIBARNEGARAY.- Tal como dijo el señor Diputado, la pregunta es muy amplia, y creo que hay que hacer algunas precisiones al respecto.

Según tenemos entendido creo que todos, esta es una Comisión que analiza, esencialmente, lo relativo a publicidad y donaciones. Por tanto, supongo que la pregunta está referida a esos aspectos. ¿O está referida a algo más?

SEÑOR SALSAMENDI.- La pregunta refiere a todos los gastos realizados.

SEÑOR IRIBARNEGARAY.- Entonces, si la pregunta también refiere a los gastos de licitaciones públicas y todo lo demás, parecería que estamos en algo más amplio. Aclaro que no tengo ningún problema en responder, pero ese no es el objeto de la citación.

SEÑOR LORENZO.- Si bien el nombre de la Comisión refiere específicamente a gastos efectuados de manera genérica, la interpretación que hace el señor Iribarnegaray, en mi opinión, es correcta. No sé qué pensarán los demás compañeros, pero los gastos que estamos investigando y cuestionando surgen claramente de lo que ha sido objeto de tratamiento con los seis Directores. No estamos hablando de cualquier cosa. Por lo tanto, en mi opinión, reitero que la interpretación que hace el señor Iribarnegaray es correcta.

Aprovecho la oportunidad para comentar algo en cuanto a lo que decía el señor Diputado Salsamendi; si bien está expuesto de una manera bastante objetiva, en realidad, lo que se ha dicho aquí es que una vez que se toman decisiones, estas son ejecutadas en el marco de una estructura organizativa, en los espacios de trabajo en donde eso se hace y para lo que están, existiendo algunas diferencias en cuanto al nivel de seguimiento y hasta de concepción con respecto a estar al tanto de absolutamente todo lo que sucede en una organización tan amplia y compleja como ANCAP. De todas maneras, obviamente, la responsabilidad por las decisiones y su contenido siempre es de quien las toma, y en el caso que hablamos, es del Directorio.

SEÑOR IRIBARNEGARAY.- En primer lugar, quiero precisar que me basé en la información que recibí y por eso hice esa interpretación.

Creo que debemos ubicarnos en el organigrama de ANCAP, pero no en el actual, aprobado alrededor del 5 de diciembre no recuerdo exactamente la fecha, sino en el que estaba vigente anteriormente que, inclusive, sufrió algunas pequeñas modificaciones. En general, la Gerencia de Relaciones Públicas, que hoy se denomina de Relaciones Institucionales y Comunidad, depende directamente del Directorio, a través de su Presidente. Por lo tanto, la Gerencia General de ANCAP de ese entonces, en este caso, el señor ex Gerente General y yo, no teníamos ningún control sobre ese aspecto, aunque es cierto que la ejecución de las resoluciones que adoptaba el Directorio pasaba por Relaciones Públicas. Obviamente, si se trataba, por ejemplo, de materiales en desuso, iban a una dependencia que estaba dentro de la órbita de la Gerencia General, pero nosotros no interveníamos en ese proceso; simplemente se ejecutaba una decisión que el área tenía como cometido ejecutar, amparada en una Resolución de Directorio.

Como ustedes saben, existía un marco presupuestal del que no se podía escapar. Por lo tanto, se hacía un control del gasto y esa información pasaba del área de Relaciones Públicas al área Económico Financiera, de tal manera que esa área llevaba el control del gasto y no se ocupaba de si la donación o la publicidad eran o no correctas.

Quiero que quede claro que el área de Relaciones Públicas, al igual que la actual área de controles antes era la Inspección General, y la de Secretaría General, son áreas de exclusivo resorte y manejo del Directorio. Al igual que el contador Piñeiro, con esto que digo no me estoy sacando nada de encima. Es más, voy a relatar algo anecdotario para que tengan una idea de cómo funcionaba todo eso. Tengo la costumbre del llevar una libreta a las reuniones de Directorio a las anteriores y a las actuales a las que todavía concurro, para tomar nota de los asuntos que van a ser tratado en el orden del día. En dichas reuniones también se habla de donaciones y se hacen, pero estos temas, en general, son tratados como asuntos previos por los Directores. Entonces, en dichas reuniones podía pasar, cinco minutos, media hora o una hora dependiendo de los Directorios y de su conformación escuchando hablar de estos temas, pero sin tomar absolutamente ninguna nota, porque me era totalmente indiferente lo que resolvía el Directorio con respecto a cualquier planteo de

donación, lo cual no quiere decir que no haya escuchado lo que se decía, aunque recuerde muy pocas donaciones y desconozco los montos; sé que se hacían y que, obviamente, llevaban un proceso, en el que también intervenía la Oficina Nacional de Servicio Civil, etcétera. Como dije, escuchábamos lo que se decía, pero no era un tema de nuestra competencia, sino que se resolvía en el Directorio y después se canalizaba a través de Relaciones Públicas, según tengo entendido, para su ejecución. Reitero que nosotros no hacíamos ningún control en ese sentido.

Hay otra dependencia muy importante que también depende del Directorio, que es la Auditoría Interna. Esto tal vez apunte un poco más a responder la pregunta que formuló el señor Diputado Salsamendi. Se trata de una dependencia de control administrativo y técnico estrictamente, al margen del área de controles que realiza más que nada la inspección de combustibles y de alcoholes. El área de Auditoría Interna tenía todas las facultades para investigar lo que quisiera, y también dependía directamente del Directorio y de la Presidencia.

Ahora voy a referir a la pregunta que se hacía en cuanto al ámbito de control, por ejemplo, de las licitaciones.

El señor Diputado preguntaba sobre el ámbito de control. Con respecto, por ejemplo, a las licitaciones, existe un mecanismo que hoy está vigente por el cual se ordenan; hay ordenadores de gastos de acuerdo al monto. Antes, iban a la Gerencia General determinado tipo de resoluciones. No todas llegaban al Directorio; dependía del monto. Algunas iban a la Gerencia General. La gran mayoría iba a la Gerencia de Administración General, que dependía de la Gerencia General. Eran ordenadores secundarios; lo que hacían era subrogar al Directorio porque era para facilitar el trámite de estas cosas.

Entonces, los controles se hacían en el área económico financiera, auditoria, etcétera; ese era el ámbito. No sé si queda claro o hay algún aspecto de la pregunta que no contesté.

SEÑOR PIÑEIRO.- Reitero que concurrimos con mucho gusto a esta Comisión. Esta es la primera vez que venimos en calidad de invitados. En otra oportunidad estuvimos en una Comisión similar, pero a pedido del Presidente de ese momento. En esa oportunidad la experiencia realmente no fue buena. Esperamos que hoy sea muy buena y podamos hablar con total libertad y estar en condiciones de responder todas las interrogantes.

La pregunta del señor Diputado Salsamendi es muy genérica como él bien decía, pero si quisiéramos dar una respuesta breve y clara diría que el grado efectivo de autonomía de la Gerencia General, o de la Gerencia de Relaciones Públicas, era cero, porque no teníamos autonomía.

La Gerencia General es un área ejecutora de las decisiones del Directorio, que pueden ser decisiones específicas o generales enmarcadas dentro de planes generales, del presupuesto, etcétera. Por tanto, no tomábamos decisiones en forma autónoma no solo en el caso que aquí se trata, que bien interpretaban el señor Iribarnegaray y el señor Diputado Lorenzo, no teníamos grado de autonomía, porque en todos los casos estábamos ejecutando decisiones adoptadas por el Directorio.

Además como bien señalaba el señor Iribarnegaray, la Gerencia General y Relaciones Públicas tienen como órgano de control dentro de la estructura organizativa a un área de auditoría que no depende de la Gerencia General tiene independencia de la Gerencia General, sino que depende directamente del Directorio. Por tanto, era la encargada de controlar que lo que la Gerencia o las Gerencias correspondientes ejecutaran, estuviera alineado con lo que había resuelto el Directorio.

Quiero hacer un breve resumen de la estructura organizativa del período que es objeto de análisis por parte de la Comisión; no sé si en los antecedentes que ustedes tienen figura el organigrama. Del Directorio depende la Gerencia General y, además, Secretaría General, Auditoría y Relaciones Públicas. En los comienzos del período en los que actué en la Gerencia General, existía un área de Inspección General, además de la de Auditoría Interna, pero luego, en un proceso reorganizativo, estas dependencias se fusionaron en una sola área de control.

De la Gerencia General dependían varias Gerencias divisionales. Días pasados leí un artículo de prensa en el que se mencionaba que la Gerencia General intervenía dentro del proceso administrativo en temas relacionados con las donaciones o auspicios publicitarios, temas que, según vemos en las versiones

taquigráficas, ha llevado más tiempo. Como decía el señor Iribarnegaray, la intervención era meramente de trámite. O sea que nosotros no interveníamos en el proceso de la toma de decisión. Interveníamos cuando era un auspicio publicitario que se pagaba en efectivo, porque ese pago se hacía a través del área de Tesorería que integraba la Gerencia Económico Financiera, que dependía de la Gerencia General. No me refiero a que lo hacían el Gerente ni el Subgerente General, sino un área de la Gerencia. Creo que habrá sido manifestado en ese sentido: un área de la Gerencia General. En el caso de auspicios publicitarios, sí hacíamos el control de que los adjudicatarios presentaran la documentación acorde con las disposiciones legales y reglamentarias correspondientes. En muchísimas oportunidades lo podrá reafirmar Cattáneo hubo problemas porque al área correspondiente de la Gerencia General se le adjudicaba responsabilidad en la demora de la ejecución de algunas cosas dado que exigía la presentación de la documentación facturas, recibos, etcétera que establecían las disposiciones vigentes.

Por otra parte, agradecemos el envío de las versiones taquigráficas; las hemos analizado. Estamos a disposición de la Comisión para responder las preguntas de los señores Diputados. Hay varias cosas que podríamos comentar, pero por economía de tiempo preferimos responder a lo que ustedes les parezca más importante.

Me parece que prácticamente la totalidad de las preguntas que se hicieron refieren a temas relacionados con donaciones y auspicios publicitarios. Tal como dijo el señor Iribarnegaray y como lo podrá reafirmar el ex Gerente de Relaciones Públicas, nosotros interveníamos nada más que en esa última parte, que tenía que ver con la ejecución.

Con respecto a los materiales en desuso, era otra área la que los entregaba, pero luego de la presentación de una carta y de la identificación correspondiente. Es decir que había controles, realizados por áreas de la Gerencia General, en cumplimiento de una disposición en cuyo proceso de toma de decisión no se había intervenido.

También figuran en las versiones taquigráficas varias referencias a la responsabilidad social empresarial. Si hay tiempo suficiente, después puedo hacer alguna referencia en este sentido, porque desde el momento en que pasé a ser asesor del Directorio, además de mantener la representación de ANCAP ante la Asociación Regional de Empresas de Petróleo y Gas Natural en Latinoamérica y el Caribe, el Directorio también me asignó la tarea de trabajar en responsabilidad social empresarial, lo que realmente fue una muy buena oportunidad de profundizar en un tema que, adelanto, no es donaciones. Responsabilidad social no es donaciones, no es filantropía, no es caridad; es una cultura de gestión de las organizaciones que va mucho más allá de eso. Entonces, estoy a las órdenes.

SEÑORA PEREIRA.- Es bueno hablar en tercer lugar porque los compañeros dijeron, por lo menos, las tres cuartas partes de lo que iba a manifestar.

Quiero hacer una aclaración con respecto a algo que leí en las versiones taquigráficas; muchos otras cuestiones ya las evacuaron mis compañeros.

Leyendo las versiones taquigráficas vi que varias veces se mencionó la palabra "intervención" cuando yo asumí. Quiero aclarar que no es así; tengo la Resolución del Directorio. Se hizo una reestructura si quieren, un poco traumática y yo fui designada Gerente de Relaciones Públicas, sabiendo que me quedaba muy poco tiempo para estar allí. |Pero en ningún momento fui nombrada interventora ni se hizo ninguna intervención; inclusive, están aquí mi "ex" y mi "post". No hubo ningún tipo de intervención; una intervención implica una sanción o algo. No hubo ninguna sanción para él ni rebaja de sueldo, sumario ni nada que se le pareciera. Fue una reestructura y en ese momento, en función de que yo muchos años antes había sido durante dieciséis años Gerente de Relaciones Públicas el cargo me fue sacado por la dictadura, supongo que en función de esa experiencia me pusieron al frente de esa oficina para ayudar a implantar esa reestructura que como les digo fue traumática porque de casi 20 funcionarios quedaron 6. Eso implicó un cambio muy grande, un esfuerzo muy grande de los 6 funcionarios que quedaron, y hubo apenas un año para poder organizar las cosas.

Lo que quería dejar claro era eso: en ANCAP nunca se puso la palabra intervención en ningún tipo de disposición.

Con respecto a lo que ya dijeron mis compañeros, Relaciones Públicas sí dependía directamente de la Presidencia y del Directorio. Por lo tanto, no tenía ninguna autonomía para tomar decisiones; sí para proponer, para informar, para conversar, pero no para tomar decisiones. Las decisiones las tomaba el Directorio; Relaciones Públicas las acataba y, dentro de su área, ejercía su control. Y, como dijeron los demás Gerentes, se ejercían muchos controles; era una división económico financiera que controlaba que los rubros no fueran sobrepasados. Había distintas dependencias como se dijo, materiales en desuso, pero también estaba la división pórtland que controlaban las entregas de las donaciones que se hacían que, como dijo Piñeiro, tenían que venir con sus cartas, con sus credenciales para que fueran entregadas. Así que el control existía, pero Relaciones Públicas autonomía no tenía con respecto al Directorio.

SEÑOR BRENTA.- Voy a hacer algunas preguntas muy concretas ahora que se ha respondido la interrogante del Diputado Salsamendi, de carácter más general.

Antes aprovecho para darles la bienvenida y para anunciar que no podré quedarme hasta el final porque hoy terminaremos el análisis de la Rendición de Cuentas.

Me referiré a lo que la señora Pereira manifestaba. Nosotros tenemos conocimiento porque así nos fue informado por el actual Directorio de ANCAP de que, precisamente, en ocasión de que asumiera la Presidencia del Ente el doctor Sanguinetti, dispuso no solo algunos cambios en el área de Relaciones Públicas creo que uno fue el que le correspondió a la señora Pereira, sino también una investigación administrativa respecto a las actuaciones previas a su ingreso, en el período que analiza esta Comisión y en el que ocupara la Presidencia el economista Ache. Pero esa investigación administrativa nunca se realizó y fue reiniciada por el actual Directorio. Cuando consultamos al ex Presidente Sanguinetti, él nos manifestó no quiero afirmarlo contundentemente porque no lo recuerdo bien que él no recordaba los motivos por los cuales no se había hecho; que él había dispuesto la investigación, pero parece que en realidad no se había ocupado más del tema, digámoslo así. Pero dado que ustedes son partícipes de este proceso, me parecería bueno saber quizás la Gerencia General conozca los procedimientos por qué esta investigación administrativa quedó en una especie de limbo; esta es la percepción que tenemos.

SEÑOR CATTÁNEO.- Le quiero aclarar un poquito. Cuando se fue el Presidente Ache, él dispuso una investigación administrativa de toda su gestión y, dentro de eso, cayó la de Relaciones Públicas. Eso se ejecutó y hubo algunas consideraciones de la auditoría; a raíz de eso el Presidente Sanguinetti tomó algunas medidas. Pero la auditoría se ejecutó, se cumplió en todos los pasos, y no la ordenó él; la ordenó el Presidente anterior.

Simplemente quería aclararle eso.

SEÑOR BRENTA.- Evidentemente, hablamos de cosas diferentes, totalmente distintas, porque el ex Presidente Sanguinetti asumió aquí que él ordenó la auditoría pero que esta no se completó.

SEÑOR CATTÁNEO.- Sanguinetti hizo una segunda auditoría de la publicidad, que también se terminó y no pasó nada. Hubo unas observaciones como en toda auditoría de unos procedimientos, pero en general, no...

Lo que digo es que la auditoría se terminó.

Me gustaría separar un poquito las cosas. He leído todo el material y acá se mezclan donaciones con publicidad. A mí me gustaría hablar primero de una cosa y después de otra, porque tienen procedimientos distintos, rubros diferentes; es totalmente diferente. Si ustedes me lo permiten, empezaré por hablar de donaciones.

Como ustedes saben, en cuanto a donaciones había una resolución de Directorio que marcaba cómo se distribuía el rubro. Antes vamos a historiar un poquito: el rubro donaciones viene desde antes de la dictadura. Era un porcentaje del que ANCAP disponía, que el departamento contable ajustaba todos los años, nos decía el rubro que había y nosotros se lo trasmitíamos al Directorio. Ningún Directorio lo cambió para arriba ni para abajo; solo el actual Directorio de ANCAP lo cambió; hizo otro sistema, pero vamos a referirnos al sistema anterior.

El sistema anterior era: del total del rubro de donaciones se descontaban las llamadas donaciones permanentes, que eran donaciones a instituciones como la Cruz Roja, Aldeas Infantiles, la Comisión de Lucha contra el Cáncer, es decir, instituciones que estaban un poco más allá del bien y del mal. De lo que quedaba del rubro, el 20% lo utilizaba el Directorio en su conjunto, y lo que sobraba se dividía en seis partes: una parte para cada Director y el Presidente tenía dos partes. Ese era el rubro donaciones.

Aparte, el rubro donaciones se regía por la Ley Nº 17.071, de diciembre de 1998. Esa Ley decía más o menos que los organismos del Estado podían gastar en donaciones no más del 1% de las ventas del año anterior, que una donación no podía superar las 10.000 UR, que las donaciones tenían que ser aprobadas por unanimidad, que debían pasar a la OPP que tenía treinta días de plazo para expedirse, y luego la donación quedaba firme.

SEÑOR BRENTA.- En esa misma norma que usted cita que ahora estoy buscando, pero no puedo encontrar se establece, además, que no se pueden hacer donaciones en efectivo.

SEÑOR CATTÁNEO.- No; no se hablaba de efectivo. Esa norma no hablaba de efectivo; no decía cómo se daban las donaciones, simplemente, hablaba de donaciones.

(Diálogos)

—— Creo que a lo que usted se refiere es una norma interna de ANCAP que hablaba de las donaciones de productos. Se lo aclaro. El rubro donaciones de ANCAP estaba dividido en dos partes: donaciones a privados y donaciones al Estado. En esas dos partes había pesos y dólares. Los pesos se usaban para productos y los dólares, para donaciones del Directorio, cuando el Directorio lo entendía correcto. El actual Directorio suprimió los pesos y dólares, pasando todo a dólares, pero vamos a referirnos a lo anterior.

El procedimiento de las donaciones era: las permanentes las llevaba Relaciones Públicas, la que, cada tanto, hacía un control en los organismos para ver si las usaban correctamente.. Generalmente iba un funcionario de la Auditoría y otro de Relaciones Públicas a realizar esa gestión; a veces se hacía al azar, otras veces en todas.

Después estaban las donaciones que daba el Directorio que, generalmente, eran por inundaciones, sequía, eran cosas grandes; y después estaban las donaciones que daba cada Director. El procedimiento era el siguiente: cada Director firmaba la nota y ponía, por ejemplo, si era pórtland, cincuenta bolsas, veinte, treinta, lo que disponía, y Relaciones Públicas juntaba todas las donaciones, hacía un pequeño informe y lo llevaba a Directorio

Volviendo a la pregunta anterior, decisión de Relaciones Públicas, menos diez. Simplemente juntábamos la carta y la elevábamos. El control se hacía a veces por Inspección General. Cada tanto se elegía una cantidad de donaciones, iban los inspectores, y nada más; no había otro tipo de control. El procedimiento era el siguiente: recibíamos la carta, la carta iba a Directorio, el Directorio la aprobaba, oficiaban a la OPP y la OPP respondía. Cuando respondía la OPP, Relaciones Públicas hacía una carta en la cual se le indicaba al Presidente del club o a quien fuera cómo tenía que hacer para retirarlo y la vigencia que tenía. Tenía una vigencia de noventa días para retirar la donación, si no se perdía. Normalmente, muchas de esas cartas las entregaban también los Directores; en otros casos, se mandaban por correo. Y el control que hacíamos nosotros era en las plantas de ver que retiraran y nada más, porque si no retiraban se reponía el rubro. Generalmente, a mediados de año, había un ajuste del rubro porque al empezar el año, como el presupuesto no estaba aprobado, se operaba con el presupuesto del año anterior. Entonces, a mediados de año había un ajuste del rubro, y ya está. Ese era el procedimiento de donaciones, y no hay más nada.

SEÑOR SALSAMENDI.- Tiene usted razón, es verdad que había mucha confusión sobre los procedimientos. Particularmente, ahora usted me agrega una nueva confusión porque, en realidad, es distinto a lo que nos dijeron algunos Directores. Creo que es como dice usted en realidad. Por lo menos, nosotros al inicio lo habíamos entendido así.

(Dialogados)

—— No me queda duda.

Usted dice que cada Director firmaba directamente la donación, no era una resolución del Directorio.

SEÑOR CATTÁNEO.- Sí.

(Dialogados)

SEÑOR CATTÁNEO.- Las notas venían dirigidas al Presidente o a los Directores, muy rara vez venían a nombre de ANCAP. Las que venían a nombre de ANCAP nosotros se las dábamos al Presidente; las que venían a nombre de cada Director las recibía cada Director. Cada Director separaba a las que quería darle, les ponía en manuscrito qué le daba, las pasaba a Relaciones Públicas, Relaciones Públicas hacía un informe con todas las notas y eso era lo que el Directorio aprobaba. Lo tenía que aprobar por unanimidad por la ley que habíamos hablado antes. Directorio oficiaba y ahí se hacía todo el procedimiento. Están en los archivos de ANCAP todas las notas firmadas, las pueden ver cuando quieran.

SEÑOR PIÑEIRO.- Yo había pedido la palabra anteriormente por el otro tema; ahora se derivó a éste, así que empiezo por este último. Quisiera realizar una pequeña precisión.

Creo que lo que señalaba Cattáneo respecto al restante, deduciendo el 20%, etcétera, que se distribuía entre los Directores y Presidente de acuerdo con la norma que señalaba el señor Diputado Brenta que ya la vieron y está en la versión taquigráfica, significa la potestad de propuesta, pero en todos los casos iba a resolución del Directorio. Señalo esto para aclarar la confusión. A Directorio iba en todos los casos; más allá de que nosotros no interveníamos en el proceso, sí estábamos al tanto de cuál, porque después ejecutábamos algo que estuviera de acuerdo con las disposiciones legales. En eso sí creo que se señaló acá también no entramos en el tema de la oportunidad y la conveniencia, pero sí de la legalidad; también está la intervención del Tribunal de Cuentas. En ese sentido, en ningún momento observamos situaciones ilegales, porque nuestra obligación funcional hubiera sido denunciarlas.

Quisiera referirme al tema que señalaba el señor Diputado Brenta o Salsamendi no recuerdo, con respecto al tema de la auditoría y la investigación

En este caso hay que hacer una precisión. Una cosa es la auditoría y otra es la investigación administrativa. La auditoría respecto a lo actuado en el Departamento de Relaciones Públicas fue solicitada por el entonces Presidente Ache, en octubre del año 2000. Se anunció públicamente creo que lo hizo él mismo el anuncio que dejaba la Presidencia de ANCAP en octubre. El cambio en la Presidencia se concretó el 20 de diciembre de 2000. Es decir que cuando tuvo conocimiento de que dejaba la Presidencia, solicitó a Auditoría Interna la realización de una auditoría con respecto a la gestión del Departamento de Relaciones Públicas en el período de su gestión. El tema es que al retirarse, el 20 de diciembre, no estaba terminada la auditoría y el resultado de la auditoría y las recomendaciones estuvieron disponibles o a consideración de la Presidencia ahora ocupada por el ex Presidente Sanguinetti en los primeros meses del año 2001. Así, en base al resultado de la auditoría, fue que el Presidente Sanguinetti solicitó no sé si una o más investigaciones administrativas relacionadas con determinados temas que la auditoría señalaba como con observaciones. Creo que hay más de una y creo que algunas culminaron y con resolución, y hay una que es la que veo que se menciona aquí... Creo que el señor Cattáneo lo puede confirmar, que en ningún caso las investigaciones administrativas quedaron sin que se hiciera alguna actuación. Hay una que no había culminado hasta creo que el año pasado.

De todas maneras, tanto Iribarnegaray como quien habla, que integramos la Gerencia General en este período objeto de análisis más allá de que a partir del 98-99 el área de Sumarios pasó a integrar la División Asesoría Legal y, por tanto, tenía una dependencia jerárquica administrativa de una Gerencia que dependía de la Gerencia General, por la especificidad del tema y el carácter técnico y disciplinario del mismo, en ningún momento intervinimos lo pueden señalar todos quienes trabajaron en el tema ni averiguamos cómo estaba la investigación ni nada por el estilo, porque era una independencia técnica y de actuación que tenía en ese sentido. El control lo ejercía la Gerencia de la División Asesoría Legal con respecto al Área de Sumarios. De todas maneras el señor Cattáneo lo podrá aclarar, creo que actuaciones se realizaron. Los motivos por los cuales no culminó, no llegó, en lo que respecta a los integrantes de la Gerencia General que estamos aquí presentes, estoy absolutamente seguro de que no hubo ninguna indicación ni orden de nuestra parte. De todas maneras, además, siempre el que es dueño de la decisión en todos los casos de una investigación

administrativa es el jerarca que la decreta. Y en este caso, por haber sido una investigación administrativa con respecto a la actuación de un área que dependía directamente de la Presidencia, quien la decretó es el Presidente y no, en este caso, la Gerencia General.

SEÑOR BRENTA.- En este tema de la investigación administrativa, me aclara bastante lo que usted dice. Hay un problema complejo, y es que si la investigación no culminó, a nosotros no nos consta que hubo actuaciones capaz que alguna hubo, y en realidad le corresponde al jerarca. El jerarca, a su vez, que sería el Presidente, dice no recordar qué hizo con relación a eso. Entonces, no se logra determinar la responsabilidad. En virtud de esta situación, que no se logra determinar por qué la auditoría no culminó, en su opinión, ¿quién podría aportarnos la información respecto a esta situación?

SEÑOR PIÑEIRO.- Creo que quienes pueden aclarar eso son los que estuvieron directamente a cargo del tema, o sea, la Jefatura Sumaria y el Gerente de Asesoría Legal.

SEÑOR BRENTA.- Quiero aclarar esta confusión que hubo entre ley y norma. La norma interna de ANCAP a la que yo hacía referencia, que establece que no se realizan donaciones en dinero, en efectivo, sino en materiales en desuso y demás, es una resolución del 17 de abril de 1991. Dice que las donaciones serán en todos los casos en especies, producto o materiales en uso o en desuso dentro de la empresa. Esta es una norma que consta aquí, está en el acta y fue reconocido así por el ex Presidente Sanguinetti. Digo esto para que no queden dudas, porque hay donaciones en efectivo. Esto no constituye una ilegalidad porque la ley no lo prohíbe; en mi opinión, sí son violatorias de la norma interna que ANCAP se autoimpuso de no efectuar donaciones en efectivo.

Comparto que hay un enorme entrevero entre lo que se consideran donaciones y lo que se considera publicidad. El problema es que el entrevero lo tienen los Directorios, porque utilizan alternativamente un ejemplo y otro para cosas todas distintas. Creo que queda clara la situación, aunque el señor Diputado Salsamendi me diga que no. En realidad, queda clara la confusión.

Quiero hacer una pregunta bien puntual. Los Directores de ANCAP disponen, según nos dijeron aquí, de tarjetas de crédito institucionales que utilizan para representar a la empresa.

SEÑOR LORENZO.- Antes de pasar a otro tema, quiero decir que cuando pedí para hacer una pregunta era totalmente distinta a las que se hicieron después. Acá se hizo referencia a que la estructura administrativa dependiente de la Gerencia General controlaba las condiciones del adjudicatario de la donación. Quería preguntar si también controlaba el cumplimiento de la pauta.

(Apoyados)

—— Eso era lo que quería preguntar antes, que supuestamente el señor Diputado Brenta lo iba a preguntar, pero no lo preguntó. No quiero saltar de un tema a otro sin profundizar, a los efectos de ir eliminándolos.

(Diálogos)

SEÑOR PIÑEIRO.- Más allá de que el señor Cattáneo iba a contestar, digo que los controles que yo señalaba se realizaban por parte de la Gerencia General referían al cumplimiento de disposiciones relacionadas con documentación y acreditar quién era el adjudicatario de un auspicio publicitario o quién era el beneficiario de una donación. La parte de control del cumplimiento de lo dispuesto por el Directorio, en el caso de la pauta publicitaria, eso no estaba dentro de las dependencias de la Gerencia General, porque tampoco habíamos participado en el proceso ni estábamos en condiciones ni teníamos elementos para realizar ese control. Eso lo podía realizar el Área de Relaciones Públicas o, eventualmente, en el caso de donaciones o de algunos auspicios publicitarios, recuerdo que en algún departamento del interior se realizaron algunos controles por parte del Área de Auditoría, que era una dependencia que estaba facultada para realizar el cumplimiento de las disposiciones del Directorio. Pero no correspondía a la Gerencia General realizar el control del cumplimiento de las pautas, más allá de qué pasaba con la entrega de las donaciones.

SEÑOR LORENZO.- ¿Los ex Gerentes de Relaciones Públicas pueden corroborar si era o no parte de sus asignaciones y tareas controlar eso?

(Diálogos)

—— Cuando los señores invitados contestaron las preguntas iniciales, hicieron referencia también a la pauta publicitaria y a adjudicatarios de publicidad. Entonces, yo no tengo dudas de que una donación hecha a Aldeas Infantiles, viene Aldeas Infantiles; hay que corroborar que se le esté dando a Aldeas Infantiles. En el caso de la publicidad, lo mismo. El que viene a cobrar, cumple todos los requisitos; perfecto, pero después hay algo más. Cuando se cierra la bolsa de pórtland, no hay duda. Pero si yo contrato espacio en una radio, ¿cómo me aseguraba de que la pauta se cumplía? Lo pregunté no para cambiar de tema ni para irnos por las ramas, sino porque en las respuestas hubo referencia a eso, con el término "adjudicatarios de publicidad y beneficiarios de donación", como dos categorías distintas en la misma respuesta. Por eso me vino esa duda y lo quise preguntar en su momento.

(Apoyados)

SEÑOR PRESIDENTE.- Hay algo que quiero aclarar como Presidente de la Comisión. No entendí que tengamos temas como compartimientos estancos en la sesión de hoy. Por lo tanto, he permitido y voy a seguir permitiendo que se hagan preguntas sobre los diferentes ítems que se están tratando en la Comisión. Inclusive, por la forma como hemos configurado esta sesión y por la forma como están respondiendo los invitados, se habilita a que así sea. Por eso, no entendí que se estuviera cambiando de tema, sino que se sigue una lógica que es la que hemos iniciado desde que comenzamos esta sesión.

SEÑOR CATTÁNEO.- En todo lo que era publicidad gráfica revistas, diarios, semanarios se pedía al medio que adjuntara un ejemplar junto con la factura, si no, no se tramitaba la factura. Nosotros, por un tema de practicidad, al Departamento Contable le adjuntábamos el aviso. Eso era en publicidad gráfica. Es decir, ANCAP no pagaba nada que no tuviéramos un comprobante de que se había hecho la publicidad. En vía pública, se comprobaba. En radio y televisión, era más complicado. Se hacían controles por excepción. Es decir, en Montevideo, se le encargaba a algún funcionario que escuchara determinado programa para ver si aparecían los avisos o no. En el interior, prácticamente no se hacían controles por una razón que no teníamos personal o salía carísimo. Entonces, a veces se encargaban a la Inspección General controles por excepción. Se pasaba una pauta e Inspección General controlaba una, dos, equis cantidad. Esos eran los controles.

SEÑOR BRENTA.- A ver si entendí bien. Ustedes contrataban la publicidad, recibían el recorte de la publicidad me refiero a los medios gráficos, adjuntaban ese recorte a la factura y se pagaba. ¿Este era el mecanismo?

SEÑOR CATTÁNEO.- No entendí.

SEÑOR BRENTA.- Usted decía que se contrataba la publicidad en un medio gráfico, la publicación se adjuntaba a la factura y se pagaba. ¿Éste era el procedimiento?

SEÑOR CATTÁNEO.- Se pagaba bajo las condiciones que estaban pautadas, treinta días, cuarenta y cinco días, o lo que fuera.

SEÑOR BRENTA.- Pero a la factura se adjuntaba la publicación.

SEÑOR CATTÁNEO.- Sí; no se pagaba publicidad si no se adjuntaba el comprobante, porque era la única forma de saber que se había cumplido con lo establecido.

SEÑOR BRENTA.- Correctísimo.

SEÑOR CATTÁNEO.- Por eso decía lo otro. Desde Montevideo yo no podía saber si en la radio de Artigas se estaba pasando a las tres de la mañana una propaganda de ANCAP, pero si se hacía en un diario era clarísimo.

SEÑOR BRENTA.- ¿Ustedes contrataban paquetes de publicidad?

SEÑOR CATTÁNEO.- Hasta el año 1998 o 1999 sí se contrataban paquetes que, inclusive, en muchos casos se pagaban por adelantado. Pero cuando dejó de haber inflación y los precios no cambiaban, ya no tenía objeto hacerlo y no se contrataron más paquetes. A veces, lo que hacía el Directorio era contratar en un medio varias publicaciones, pero eso no quería decir que se pagaran por adelantado; se iban pagando en la medida en que el medio las fuera publicando. Por ejemplo, si se contrataban seis publicaciones en un diario, en la medida en que se iban publicando, se pagaban. A veces diferían de un año para el otro, por distintas razones; a veces no se hacía la campaña que se había pensado, y se difería, pero la orden estaba.

SEÑOR BRENTA.- Cuando se difería, ¿se pagaba?

SEÑOR CATTÁNEO.- Cuando se publicaban.

SEÑOR BRENTA.- O sea luego.

SEÑOR CATTÁNEO.- Es decir, si el medio no publicaba, no cobraba. Eso no quiere decir que, por ejemplo, si hoy se diera la orden de hacer una publicación, el medio la publicaría mañana. De repente se le daba hoy y el medio la publicaba a los tres meses.

SEÑOR BRENTA.- Usted quiere decir que se podía contratar una campaña por un año, que quizás luego se difería por razones comerciales.

SEÑOR CATTÁNEO.- A veces por razones comerciales. Sucede mucho con las bebidas alcohólicas. Por ejemplo, se piensa hacer una campaña de un whisky, pero se sabe que la competencia va a hacer otra cosa, y entonces se da marcha atrás. Esos no eran temas nuestros.

SEÑOR BRENTA.- Eso está bien claro. Lo que decimos es que usted podía contratar una campaña, que quizás se difería en el tiempo, pero nunca pagaba un aviso si no aparecía la publicación en el medio gráfico.

SEÑOR CATTÁNEO.- Que yo recuerde, hasta el año 1998 sí, después no. Le digo más: fue una orden del ex Presidente Sanguinetti y esto es parte de una de las investigaciones administrativas quien encontró unos saldos en medio de compras que se habían hecho. Esos saldos no se habían usado porque no habíamos hecho publicidad. Inclusive, creo que el expediente está abierto porque todavía hay un saldo. Los saldos son tan pequeños que no llegan, en el caso de la televisión, a juntar un minuto, y yo no puedo hacer publicidad en televisión por dos segundos porque no me alcanzan ni para decir la palabra "ANCAP". Es decir que quedan salditos, que hay un pucho de pesitos que, juntos, forman una cifra, que no sé a cuánto asciende. Creo que esa es una investigación que todavía está abierta.

SEÑOR LORENZO.- Aquí se hizo una aclaración respecto a un comentario sobre cómo se distribuía el rubro donaciones las permanentes, las que se resolvían dentro de los límites que establece la ley y el presupuesto, sobre ese saldo que se dividía en seis cuotas y sobre lo que se ha dado en llamar aquí, en Comisión, "la cuota". El propio ex Presidente Sanguinetti hizo referencia a ese tema y después otros Directores aclararon que esa cuota de cada Director tenía que ver con la capacidad de propuesta o iniciativa, lo que también Piñeiro aclaró en su comentario.

A mí me interesa profundizar en el tema del rol de la Gerencia de Publicidad o de Relaciones Públicas no sé cuál es el nuevo nombre, porque hemos estado investigando dos aspectos que tienen que ver con relaciones públicas y con publicidad. Uno de los aspectos es si había una cuota disponible por Director sobre la que pudieran responder individualmente, para donaciones y publicidad.

El otro aspecto, que no es menor, es si la elección de los medios y del volumen o de la pauta publicitaria, en el caso de la publicidad, se hacía en función de una definición técnica o de una repartija con móviles políticos, sobre la base de un Directorio integrado en esa condición.

Me parece importante profundizar en ese tema, conocer cuál era el rol de la Gerencia de Relaciones Públicas, porque lo que se ha dicho aquí es que tenía la función de ordenamiento, de diligenciamiento de cosas que resolvían otros. Pregunto si la Gerencia de Relaciones Públicas tenía algo que ver con la contratación de agencias de publicidad, con la propuesta de la agencia de publicidad en cuanto al pautado a realizar, con los cambios.

Estos son temas discutibles en dos sentidos. La publicidad no tiene una forma objetiva de medir su efecto, aunque se sabe que hay que hacerla; si no se hace, sí se mide que hay efectos negativos, siempre hablando de empresas que están en competencia. Es opinable también si se utiliza la radio, la televisión, la vía pública. Me gustaría saber si la Gerencia de Relaciones Públicas hacía algo en ese sentido porque además me imagino que participaba de las reuniones de Directorio donde estos temas se discutían.

También quisiera saber si tenía alguna opinión técnica aquí se ha manifestado, o he interpretado, que no, que hacía un simple ordenamiento de las solicitudes y que resolvía el Directorio cuando esas pautas publicitarias se adjudicaban, eventualmente, fuera de lo que era una definición de pauta previa en un plan de medios. Me parece importante saber esto.

Quedó claro que la Gerencia de Relaciones Públicas no tenía dependencia de la Gerencia General sino dependencia directa del Directorio, pero también es importante conocer la forma en que trabajaba en ese sentido, si había en materia de publicidad una cuota y si esa cuota era de iniciativa propuesta o de resolución. En el caso de las donaciones, creo haber entendido que se refirió a iniciativa propuesta porque la ley que mencionó el señor Cattáneo obliga a la unanimidad del Directorio, lo que hubiera sido imposible. Pero si fue el caso, estamos ante una irregularidad que, por lo menos en esta conversación, no ha surgido.

SEÑOR CATTÁNEO.- En cuanto a publicidad, había varios rubros. Relaciones Públicas manejaba el rubro institucional. Los rubros comerciales los manejaban las empresas distribuidoras de ANCAP, ya sea para lubricantes, alcoholes o lo que sea. Nosotros manejábamos solo el rubro institucional. Dentro del rubro institucional, a veces se hacían campañas institucionales, y a veces no. Eso lo disponía el Directorio.

Los Directores tenían un rubro personal que era de aproximadamente US$ 3.000 por Director y US$ 6.000 el Presidente. Eso no estaba escrito en ningún lado; viene de Directorios anteriores. Creo que se hizo eso durante el Directorio de Tierno y fue quedando.

Generalmente, lo que se hacía con los Directores era que Relaciones Públicas llevara un control de que no se pasaran. Y a veces los Directores en un mes no gastaban y en otro gastaban todo. No tenían que ser tres mil justos. En ese rubro los Directores firmaban las notas y ponían qué era lo que le querían dar.

SEÑOR LORENZO.- Cuando dice "firmaban", ¿se refiere a un visto bueno del Director a la solicitud para ir a Directorio? Me parece importante que se sea preciso en las intervenciones; por eso expliqué que nosotros acá queremos saber si había una repartija entre Directores, si cada Director resolvía por sí y ante sí. Lo que sí está claro porque lo dijeron el Presidente Sanguinetti y los demás Directores era que se había dividido una capacidad de propuesta de donaciones no sé si de pautas publicitarias, dándole doble al Presidente y esa intervención a la que usted refiere que es, me imagino, un visto bueno de ese Director al cual estaba dirigida la solicitud. Preguntaría si había algunos casos en que se negaba esa posibilidad o si usted conoce a los que la negaban; me refiero a notas que eran presentadas y que no tenían el visto bueno o el Directorio resolvía en sentido contrario al visto bueno del Director.

SEÑORA PERDOMO.- Yo asumo después de que el departamento de Relaciones Públicas tenía como nueve meses con la Gerencia acéfala. Se me solicita si podía asumir esa función porque el área estaba con siete funcionarios, sin la Gerencia y sin los mandos medios. Había que solucionar los problemas que eso implicaba.

Evidentemente, encontré una serie de problemas, y un poco de lo que estaba planteando el señor Diputado. Yo encontré que las donaciones seguían un cauce normal de acuerdo con los procedimientos legales; es decir, todas pasaban por Directorio y a partir de ahí iban a OPP; si OPP tenía alguna objeción con respecto a esas donaciones, que eran en especies, no caminaban

Lo que sí encontré fue otro sistema que era el de los llamados auspicios publicitarios. Eran propuestas de firmas, instituciones, escuelas, eventos, medios del interior, de todas partes del país, que se canalizaban a través de los Directores. Los Directores autorizaban lo que proponía la firma o la institución, o menos, o lo que fuera, en dinero. Planteé al Presidente que los Directores en sí, individualmente, no eran ordenadores de gastos porque eso no obedecía a un estudio, a un plan comunicacional del Ente en el que estuviera eso inserto por anticipado, pero por Directorio. El Gerente de Relaciones Públicas dependía jerárquicamente del Presidente y, en la medida en que el Presidente diera la orden al Gerente de Relaciones Públicas, este la tenía que ejecutar; era una orden jerárquica. Pero quiero que quede claro que no era que la iniciativa de hacer esa publicidad partiera de Relaciones Públicas. Como los Directores no eran ordenadores de gastos era para mí una orden, en la medida en que pasara por el Presidente y la orden me la diera él, de quien yo dependía jerárquicamente. El Presidente me da la orden por escrito de que todos los documentos de esas características que yo recibiera, firmados por Directores, era como si tuvieran su firma personal, con las mismas ulterioridades. Entonces, de hecho, todas se transformaban en órdenes. Aun así entendíamos que correspondía que todo eso pasara por Directorio, porque el ordenador de gastos, en sí, es el Directorio del Ente.

Yo empiezo en marzo y en el mes de mayo sale una disposición por la cual todos esos auspicios pasan por el Directorio. Todos los anteriores, que no habían pasado por Directorio, son aprobados por Directorio con la misma facultad. Es decir, todo tiene que pasar por Directorio, no importa el orden. Porque, ¿qué sucede? Por un monto pequeño el Gerente de Relaciones Públicas es ordenador de gastos, si no, la solicitud tenía que ir a Directorio; a partir de esa resolución, todo pasa por el Directorio, así se tratara de un importe mínimo. ¿Qué significaba esto? Que se requería la unanimidad de todos los Directores.

¿Qué me sucedía a mí? Yo hablo por mi experiencia. En la medida en que a mí me venían solicitudes de todo el país, por medios que yo desconocía y dado que no se tenía una certificación de la eficiencia de la gestión a nivel de resultados, hago un informe de que se están adjudicando auspicios a los que Relaciones Públicas no puede hacerles un seguimiento, porque con siete funcionarios le era imposible. Un poco como decía Cattáneo: le es imposible hace el seguimiento a todo eso. Por ejemplo, en una publicidad gráfica uno puede exigir: "Quiero ver la publicación; si no, no pago"; "Quiero ver la foto del cartel; si no, no pago". Se supo que se hizo un evento y se puso un cartel de ANCAP. En muchos eventos, los propios funcionarios de Relaciones Públicas tenían que ir al evento con banderas, con estática. Entonces, se cumplía porque se hacía la gráfica de estática. Pero esos eran importes bastante menores que el total de la publicidad. A todo eso se le llamaba publicidad y tenía que venir en una factura con IVA, etcétera, para cumplir con los requisitos legales exigidos, como decía el ex Gerente General. De no ser así, no se podía pagar. Pero se trataba de importes menores

Para el grueso de la publicidad el organismo se manejaba a través de una agencia de publicidad, como se ha dicho aquí. Teníamos establecido dentro del contrato con la agencia de publicidad que se había elegido, que se podía gastar hasta un millón doscientos por año, en base a una licitación pública, etcétera. La agencia de publicidad había dicho de qué manera controlaba toda la publicidad que se canalizaba a través de ella; si era televisión, con IBOPE; si era radio, por el departamento de medios; si era prensa, con los controles que se hacían sobre la prensa.

SEÑOR IRIBARNEGARAY.- Lo que yo quería aclarar, de alguna manera ya lo contestó la señora Perdomo, pero trataba de ser más preciso interpretando lo que planteaba el señor Diputado, sobre todo, hablando del tema repartija, es decir, si los Directores, con ese visto bueno tengo entendido que esa es la pregunta que hacía el señor Diputado estaban autorizando publicidad o si eso era simplemente algo para que fuera a Relaciones Públicas con su aval para que luego fuera trasladado al Directorio, que era el que en definitiva resolvía. Creo que ya algo fue contestado por la señora Perdomo, y en una consulta que realicé aquí al señor Cattáneo me contestó lo mismo. En algunas cosas menores, dada su categoría de ordenador de gastos por un monto que creo que alcanzaba al de la compra directa en aquel momento, con ese visto bueno que daba el Director, la Gerencia de Relaciones

Públicas, hasta un determinado momento que mencionó Coral Perdomo, ejecutaba lo que ese Director firmaba. |Pero yo quiero, casi hasta como ciudadano, decir algunas cosas.

Aclaro que nosotros, como miembros de la Gerencia General, no participábamos en esos temas, pero estábamos en las reuniones de Directorio y sabíamos lo que este resolvía, y sabemos lo que resuelve actualmente. Puedo decir que es lo mismo; lo que sucede ahora es lo mismo que sucedió en las tres Administraciones anteriores; podrá haber matices, pero en esencia es lo mismo. Acá se disfrazan aquí está la confusión las donaciones cuando, de pronto, no alcanza el rubro o se carece de él. Entonces, muchas de ellas salen por el lado de la publicidad. Conozco uno de estos casos y lo recuerdo porque lo vi ayer. Yo me pregunto qué retorno puede tener para ANCAP, aunque quizás lo tenga no quiero que tomen lo que digo con un aspecto político porque yo soy un funcionario público, dar al PIT-CNT una suma de dinero para una publicación referida a D'Elía, y digo esto con todo el respeto que me merece. Ese dinero fue entregado por concepto de publicidad, pero se trata de una donación disfrazada de publicidad. Y en anteriores Directorios también se hicieron muchas donaciones disfrazadas de publicidad. Entonces, debido a la formalidad del tema, se obligaba a poner banderitas de ANCAP que, a lo mejor, nadie controlaba. De pronto, esto era imposible de hacer porque ANCAP no tenía recursos para controlar todas esas cosas.

Entonces, creo que hay que ser claros, porque uno no es estúpido. Digo esto porque concurro a las reuniones de Directorio y veo lo que sucede, y sé que cada cual tiene su responsabilidad. Pero cuando me llaman a un ámbito como este, de un país del que me siento más ciudadano que otra cosa, por la experiencia que tengo en ANCAP, no puedo dejar de lado que ustedes que son legisladores y Representantes y están investigando este asunto reiteren y den vueltas sobre un tema que a esta altura nosotros tendríamos resuelto. Perdonen que diga eso, pero es así, ya que creo que con lo que han dicho aquí la actual Administración y las anteriores, está todo contestado. Nosotros éramos meros ejecutores de lo que el Directorio político resolvía; y ninguno de nosotros es político. Por eso me tomé el atrevimiento discúlpenme de decir esto también, aunque soy funcionario público y quizás debería, con esa falta hipocresía, guardarme algunas cosas, pero creo que eso no hace bien, porque todos las sabemos.

También debo decir que fue preocupación permanente de cada una de las Administraciones eso lo escuché aunque no participaba de las decisiones resolver o achicar esos rubros. Digo esto porque ANCAP no hablemos del Banco de Seguros ni de ANTEL, por lo que se comentaba, era uno de los tantos organismos a los que se le pedía, y se dieron cosas que a juicio personal, no funcional me parecían disparatadas. Por ejemplo, si se le sacaba una donación menor a un centro que estaba en medio del campo, en el Uruguay, aparentemente, no había nadie que resolviera ese problema; si las empresas públicas no brindaban apoyo a esa gente, nadie podía resolver su situación. Por tanto, siempre hubo preocupación por resolver ese tema. Obviamente, después de la crisis de 2002 el problema se profundizó, y la anterior Administración trató, con mayor énfasis, de achicar los gastos, por lo que redujo bastante el presupuesto para publicidad. Y esta Administración, a su vez, fue más allá. Por lo tanto, creo que se debería pensar en elaborar una ley que ayude a los Directores porque esto le va a pasar a cualquiera que ocupe esos cargos a resolver este tema, porque según se dice en Sala, los pedidos vienen de todos lados. Y si bien rechazan muchos, deben acceder a otros tantos, porque son políticos que ejercen una labor política, lo que creo está bien. Yo no estoy criticando la situación, solo estoy tratando de relatar la realidad para que ustedes puedan alcanzarla.

Acá se distinguió muy bien, técnicamente podríamos decir, lo que es donación de lo que es publicidad, pero no olviden que hay muchas donaciones actualmente también se da disfrazadas de publicidad. Yo relaté un caso, pero no le den importancia. Es más, si quieren borrarlo de la versión taquigráfica pueden hacerlo, ya que, de pronto, por ser un ejemplo aislado, queda mal que figure allí. Simplemente conté lo que recuerdo porque, como dije, no llevo la cuenta de las donaciones y de las publicidades que se hacen. Ustedes deben tener información acerca de la cantidad de donaciones de este tipo que se realizaron. Solo quiero reiterar que muchas de las cosas que aparecen bajo el rubro publicidad, en el fondo, son donaciones. Y en esos casos, se debe poner algo, como banderas, para disfrazar la situación.

SEÑOR PIÑEIRO.- Quisiera complementar lo manifestado por el señor Iribarnegaray.

Comparto lo que dijo con respecto a la preocupación de las anteriores Administraciones por reducir estos costos, pero quería comentar algo actual. Dada la función que vengo cumpliendo desde el año 2005 en el equipo de responsabilidad social de ANCAP, y como representante del organismo en el Grupo de Responsabilidad Social de Empresas Públicas ámbito de coordinación y articulación que se conformó en el

año 2005, donde los Presidentes se reúnen mensualmente y hay distintos grupos asesores, puedo decir que este tema ha sido de gran preocupación. Más allá de que el área de responsabilidad social empresarial no es donaciones, es donde se tramitan para que se realice un análisis lo más técnico posible. El Directorio de ANCAP, en mayo del año pasado si mal no recuerdo emitió una disposición debido a la preocupación a la que hacía referencia el señor Iribarnegaray. Más allá de que se firmaron convenios con distintos Ministerios para canalizar el cúmulo de solicitudes de donaciones que había, siguieron llegando directamente a ANCAP una gran cantidad, y muchas terminaron tratándose en el Directorio. Por tanto, este resolvió que se hiciera un análisis conjunto del tema por parte de las áreas de comunicaciones y de responsabilidad social empresarial. Y desde junio hasta diciembre del año pasado se analizaron en ese ámbito de coordinación 600 solicitudes de contribuciones, auspicios publicitarios, donaciones, etcétera. O sea que distintos agentes sociales e integrantes de la sociedad demandan a las empresas públicas contribuciones, donaciones, auspicios publicitarios disfrazados o como se les quiera llamar, lo que constituye un problema. Hemos conversado sobre ello a nivel del Grupo de Responsabilidad Social de Empresas Públicas y se tiene claro que, salvo que el Directorio diga que no se realizará una sola donación más, el problema va a seguir. En más de una versión taquigráfica he visto que ustedes tienen como gran objetivo legislar sobre esta materia a fin de mejorar la situación futura. Creo que sería muy importante que hubiera una iniciativa en este sentido, no solo en lo que tiene que ver con la responsabilidad social empresarial ya definí lo que es sino también con las donaciones porque ayudaría mucho a los Directorios de las empresas a enfocar la gestión en temas que son realmente significativos. Quizá la mayor especialidad en el caso de las donaciones las tengan otros.

Quiero hacer un breve comentario a raíz de la intervención del señor Diputado Lorenzo. La publicidad no se reducía a estos auspicios publicitarios que, como bien aclaró el señor Cattáneo, tenían que ver con la publicidad institucional. En la publicidad de productos o en lo que emergiera de las áreas de marketing de las distintas divisiones de ANCAP, había licitaciones o distintos procesos de contratación administrativa de acuerdo con el TOCAF. De esa forma se atendía otro tipo de publicidad. La institucional era la que se manejaba a través de Relaciones Públicas.

SEÑORA PEREIRA.- Voy a referirme a algunos hilos sueltos para poder abordar un tema.

Es cierto que ANCAP hace solo la publicidad institucional.

Quiero hacer una clara diferenciación en lo que tiene que ver con el control del retorno. La publicidad comercial vende el producto; esto es perfectamente comprobable, inclusive, por el aumento de las ventas. La publicidad institucional vende a la empresa, vende la imagen. En este caso, el retorno es muy difícil de valorar. Debería hacerse una encuesta de opinión pública para ver si después de una campaña institucional la empresa está mejor considerada. Pero se trata de opinión pública, y no tiene un retorno rápido como el del producto.

En cuanto a tomar la distribución de la publicidad de los Directores, que siempre fueron cifras pequeñas me voy a referir a este tema porque lo mencionó el señor Iribarnegaray, exclusivamente como pauta de publicidad comprobable, quiero decir que es imposible. Además, es imposible que ellos estén ajenos no me refiero al Directorio que ustedes están investigando, sino a todos a los apremios, a los pedidos del ámbito en el que se desarrollan; para eso son políticos. Es normal lo era antes y lo es ahora; no creo que esas cosas hayan cambiado que cualquier persona que honestamente precise algo para una obra determinada policlínica, etcétera pregunte: "¿A quién conocés en tal lado?". Es decir que la necesidad se va a canalizar por ahí. Todos los pedidos y necesidades del país no van a ser canalizados hacia ANCAP, sino por medio de las personas que tienen más contacto con la gente, con el público, que en este caso son los Directores de ANCAP. Lo mismo sucede con ustedes, los Diputados, que recogen pedidos de la gente porque son los que están a su lado. Es decir que no veo un pecado tan grande en esto. Tal vez habría existido si hubiera habido abuso. Pero abuso no podía haber porque la Gerencia General a través del área económico financiera controlaba los rubros y los rubros no se pasaban, no se alteraban. Había un contrato de publicidad con la agencia de publicidad, que era con retorno comprobado.

También es cierto que se disfrazaba publicidad con donación, pero era un tipo de ayuda.

La responsabilidad social empresarial es un tema de moda, pero existió siempre. El año pasado organicé un congreso cuyo tema central fue la responsabilidad social. La responsabilidad social es todo aquello que genera un reconocimiento y un bienestar de parte de quien lo recibe, sea público interno o público externo.

Implica atender lo más que se pueda dentro del área de la empresa, las necesidades de una comunidad y, también, de la misma empresa, porque se debe atender al sector interno.

Las donaciones son una mínima cuota parte; no son lo más importante. Si una donación llega a una comunidad a través de una policlínica o de un campo de deporte que ayude a alejar a los chicos de la droga, es algo pequeño, pero es responsabilidad social empresarial porque se está haciendo un bien a una comunidad. O sea que la donación no hay que considerarla como algo despectivo, sino como algo útil. Por supuesto que debe estar bien administrada porque si doy whisky para una discoteca no es una donación.

En general, en ANCAP que me desmientan mis compañeros las donaciones siempre se hicieron a entidades de bien social. Yo nunca vi que se donara pórtland para una piscina de un club de lujo. Siempre eran aportes a entidades que lo necesitaban, por ejemplo, por estar en el medio del campo o alejadas de las capitales. Nunca vi dilapidar las donaciones. Tal vez sucedió en alguna excepción; tal vez ocurrió que se dieran algunas bebidas para determinado acto.

En la época en que estuve en ANCAP se analizaba cada pedido de donación para determinar su validez. Inclusive, se visitaban organizaciones o entidades, y todas hacían pedidos con fines sociales. O sea que esto se enmarca dentro de la responsabilidad social. El hecho es que si se canaliza a través de otras instituciones todo lo que tiene que ver con donaciones de publicidad, puede ser que se facilite el trabajo de los Directores porque ya no tendrían más nada que ver con eso, pero también se perdería la cuota parte de imagen de la empresa en cuanto a la responsabilidad social empresarial.

Esta es una opinión; no estoy hablando de lo anterior. Es mi opinión como profesional de lo que sucede con todo esto.

SEÑOR PIÑEIRO.- Quiero hacer una breve precisión. Creo que la señora Pereira y yo estamos hablando de lo mismo; tal vez tenemos algunos matices en cuanto a qué es responsabilidad social.

La empresa no puede perder la posibilidad de brindar su apoyo a la comunidad, de contribuir con ella. El tema es la legitimidad que se tiene con respecto a esa contribución o ese apoyo. En la medida en que esa contribución está alineada con el plan de negocios de la empresa, con la estrategia y tiene un retorno más allá de que sea difícil su medición, más que una donación es una acción de responsabilidad social. La diferencia entre una donación y una acción de responsabilidad social está dada por el retorno que tienen para la empresa. Cuanto más fácil sea medir el retorno, es más probable que se trate de una acción de responsabilidad social y no de una donación. Acá no entramos a juzgar el tema de la conveniencia o no, sino que señalamos que la denominación "responsabilidad social" en mi opinión no es una moda muchas veces confunde porque se piensa que se reduce exclusivamente a lo que tiene que ver con el apoyo a la comunidad.

Quiero decir aunque no me quiero extender que la responsabilidad social está basada en principios y valores éticos. Sobre esa base hay tres pilares: el económico, el social y el ambiental. De esta forma se construye la acción de las organizaciones para atender las necesidades de todos sus "stakeholders" esta es otra palabra de moda; significa públicos de interés o grupos de interés, entre los que se encuentran la comunidad, sus trabajadores, toda la ciudadanía es el caso de las empresas públicas, ya que son accionistas, sus clientes, sus proveedores, toda la cadena de valor, etcétera. Pero como este no es el tema que nos convoca, solo quería hacer una referencia.

SEÑOR PRESIDENTE.- Voy a hacer algunas preguntas sobre el tema publicidad. Disculpen que vuelva sobre eso pero, desde mi punto de vista, todavía quedan muchas respuestas por dar; no están todas las respuestas dadas ni mucho menos.

Nosotros nos hemos concentrado en ese tema en esta Comisión porque creemos, entre otras cosas, que tal vez falte un marco legal, entre otros elementos, para contribuir al trabajo de los Directores, que supongo que debe ser muy complejo, dadas las demandas que desde la sociedad permanentemente reciben por el papel que las empresas públicas juegan en nuestro país. Pero a raíz de la intervención del señor Cattáneo hoy surgen nuevas preguntas sobre algunos temas acerca de los que ya teníamos previsto seguir indagando. Quiero ser claro: ANCAP nos dio un listado, desde el año 2000 en adelante, con la publicidad que otorgaban los Directores a partir de esa prerrogativa que tenían de disponer de determinada partida de dinero para poder otorgarla de acuerdo con sus criterios. En ese listado aparece también la Gerencia de Relaciones Públicas,

otorgando o sugiriendo mejor dicho determinadas publicidades. O sea que aparecen los nombres de los Directores y también aparece, en algunos renglones, Gerencia de Relaciones Públicas.

Mi primera pregunta es si efectivamente este procedimiento existía, o sea, si aparte de que los Directores tenían la potestad de sugerir, de proponer publicidad de acuerdo con su criterio, la Gerencia de Relaciones Públicas, por fuera de lo que era la publicidad institucional, tenía también esa potestad, que siempre era resuelta por el Directorio. Eso nos queda claro: siempre era el Directorio el que resolvía en última instancia.

SEÑOR CATTÁNEO.- Lo que se refiere al rubro Relaciones Públicas era el rubro de lo que serían las publicaciones obligatorias: las licitaciones, cambios de precios. Ese tipo de publicidad lo hacía Relaciones Públicas, lo cargaba a Relaciones Públicas, pero no era publicidad propiamente dicha. Se llama publicidad porque sale del rubro Publicidad, pero eran avisos de licitación, prórrogas de licitación, cambios de precios, ese tipo de avisos que nosotros llamamos publicidad obligatoria y otros llaman publicidad legal.

SEÑOR PRESIDENTE.- Quiero aclararle después le puedo hacer llegar la información, para que usted la vea que los listados de los que disponemos, que no son de este Directorio son de la época, señalan en el renglón correspondiente a quién otorgó o quién propuso en la Gerencia de Relaciones Públicas publicidades que no refieren a lo que usted acaba de señalar, sino que refieren a determinadas organizaciones particulares o, en algún caso que fue el caso sobre el que yo pregunté específicamente en esta Comisión, a un medio de prensa partidario. Después le voy a entregar esa información para que usted pueda disponer de ella.

Concretamente, refiere a un otorgamiento de US$ 10.000 en publicidad al semanario "Patria", en el año 2000, que aparece propuesto por la Gerencia de Relaciones Públicas. He investigado este caso. Le voy a decir más: hay una carta del semanario "Patria" de los últimos días del Gobierno anterior, antes de que asumiera el Gobierno del doctor Jorge Batlle, y en la última reunión del Directorio del Gobierno anterior fue cuando se aceptó, con cuarenta y ocho horas apenas de presentada esa carta y, supuestamente, sugerida por Relaciones Públicas, la partida de US$ 10.000 en publicidad para este semanario. Esa última sesión, dicho sea de paso, no corresponde a este Período quiero aclararlo, así que, si no quiere contestar, no tiene por qué hacerlo pero, por una curiosidad personal, voy a solicitar esa acta de Directorio, porque puede ser muy interesante todo lo que se resolvió en ese Directorio antes de que cambiara el Gobierno.

Le hago esta pregunta porque, además, esa partida de US$ 10.000 se pagó en cuatro partidas de US$ 2.500 en ese año, 2001, sin que se hubiera hecho ninguna publicidad. O sea, no hay ninguna publicación; es más: en la Comisión consta la documentación entregada por el Diputado Borsari Brenna, que documenta inclusive, con certificado notarial que la publicidad paga en 2000, 2001 y 2002 al semanario "Patria" recién fue hecha, supuestamente, en 2003 y 2004, con lo cual lo que usted señaló de que se pagaba a cambio de que hubiera copia de la publicidad no es posible, porque los propios interesados indican que la publicidad pagada en esos tres años se hizo en el cuarto año.

Había un criterio, que usted señaló y, en este caso, no se cumplió; tal vez haya otros casos en los que no se cumplió. Este fue muy específico; fue absolutamente casual que llegáramos a él. ¿Había órdenes de alguna jerarquía del Directorio de que en casos específicos no se cumpliera la norma, o sea que, a pesar de que no se cumplía la pauta, se pagaba y se seguía reiterando la pauta en años posteriores? ¿Usted conoce algún caso de esos?

SEÑOR CATTÁNEO.- No.

SEÑOR PRESIDENTE.- Le hago la misma pregunta a quienes ocuparon la responsabilidad en los años posteriores, porque esto insisto es de los años 2000, 2001 y 2002.

SEÑORA PEREIRA.- La publicidad fue del 2000 al 2004. Se pagó antes; se realizó en el 2003. Mi período terminó en el período de la señora Perdomo, es decir, hubo hasta el 25 de julio de 2003 las publicaciones; después, en 2004 siguió publicándose.

SEÑOR PRESIDENTE.- Voy a hacerle una pregunta. Usted me dice eso; supongo que lo saca de la versión taquigráfica de la Comisión.

SEÑORA PEREIRA.- ¡Claro!

SEÑOR PRESIDENTE.- ¿Usted puede asegurar que la publicidad que se pagó en 2000, 2001 y 2002 es la que aparece en 2003 y 2004?

SEÑORA PEREIRA.- No voy a asegurar porque eso es del período anterior. Lo que le voy a decir es que en un determinado momento, cuando asumí, en ese corto tiempo que estuve, vi que había una cantidad de excedentes pagos, más que nada, porque hubo unos meses en que no hubo agencia de publicidad cuando se terminó el contrato con "Slogan" y se empezó con la otra y se suspendió; en 2002 se suspendió la publicidad y no había agencia de publicidad. Pero habían quedado saldos y paquetes comprados por la agencia anterior de publicidad, y también apareció este pago hecho a "Patria". Entonces, ahí se dispuso que antes de utilizar dineros nuevos es decir, de los nuevos contratos, primero se utilizaran todos los espacios que ya estaban pagos. Y así pasó con varios periódicos, varios diarios; estaban "La República", "El País", todos tenían saldos porque la compra esa también la había hecho esa agencia, pues por razones de precio se pagaba antes y después se iban utilizando a medida que se necesitaba. Cuando se resolvió liquidar, ver qué era todo lo que ya estaba pago y no se había utilizado, se utilizó todo, incluyendo a "Patria"; por eso se empezó a pagar en 2003, en el año que yo estaba ahí. Creo que después siguió la señora Perdomo. Eran siempre los saldos que habían sido pagados antes; exactamente cuándo, no sé. Sé que cuando pedí esa información me dijeron: "Tenemos estos saldos en centímetros que quedaron de la rescisión del contrato con la agencia de publicidad anterior, más esta otra publicidad que ya está paga". Yo no me preocupé de averiguar ni cuándo ni cómo; sabía que tenía esos saldos y, pensé: "Vamos enseguida a utilizar todo esto que ya tenemos pago antes de autorizar nuevas inversiones".

SEÑOR PRESIDENTE.- A ver si entendí: lo que me dice es que había cosa que es normal en muchos casos paquetes o saldos de paquetes de publicidad hechos a través de la agencia y un solo caso, que era a través del Directorio, que era el semanario "Patria".

SEÑORA PEREIRA.- Sí.

SEÑOR PRESIDENTE.- Era un solo caso; no había más.

SEÑORA PEREIRA.- Que fuera del paquete de la agencia, no; que yo me haya enterado, no.

SEÑORA PERDOMO.- Yo no entendí la última pregunta.

SEÑOR PRESIDENTE.- La señora Pereira informa que había saldos que se ejecutaron en 2003 y 2004 con algunos medios de comunicación, que supongo que era la publicidad institucional a partir de paquetes que se habían comprado y un caso específico que era la publicidad otorgada por el Directorio de acuerdo con esas prerrogativas que nosotros y ustedes mismos señalaban que existían, que era la del semanario "Patria". Mi pregunta era si en el listado que es bastante largo de lo que había otorgado el Directorio entre 2000 y, en este caso, 2003, el único caso que quedaba pendiente era el del semanario "Patria". Esa fue mi pregunta.

SEÑORA PERDOMO.- Yo de saldos pendientes no tengo conocimiento. En 2004, cuando asumo, estaba colocada, a través de la agencia, la orden de publicidad para el semanario "Patria". Controlamos que se publicara y yo le informé al Presidente, en ese entonces pero fue una conversación, que se estaba haciendo publicidad en un órgano partidario, que yo dudaba de eso, y me dijo que no, que tenía tiraje. En ese momento el Presidente era Aguerre. Incluso, entra luego dentro de toda la documentación que el Directorio aprueba como correcto. No pasó por Relaciones Públicas. En mi época, lo que se contrató con el semanario "Patria" no había pasado por el departamento de Relaciones Públicas; había sido gestionado a través de la agencia de publicidad. Fue en 2004, antes de que yo asumiera, y se cumplió en 2004.

SEÑOR PRESIDENTE.- Cuando venían publicidades al Directorio, los Directores recibían directamente una nota de infinidad de organizaciones que solicitaban su apoyo, ¿había una opinión previa de Relaciones Públicas, o era directamente prerrogativa o decisión de cada Director sugerir al Directorio la publicación de determinada pauta?

SEÑOR CATTÁNEO.- Nosotros, en general, no recibíamos ninguna nota.

SEÑOR PRESIDENTE.- ¿No era consultada previamente Relaciones Públicas?

SEÑOR CATTÁNEO.- No.

SEÑOR PRESIDENTE.- Según la versión taquigráfica, hay una opinión diferente.

SEÑOR SALSAMENDI.- Sobre esto último. En la versión taquigráfica, página 17, cuando estuvo el actual Diputado y ex Director don Pablo Abdala, señaló: "Presenté varias propuestas de esas características estaba hablando de una pregunta específica que se le había hecho y de otras, como lo hicieron los demás Directores, y todas siguieron el mismo procedimiento, que es el que ya mencioné. Es decir que eran derivadas a la Oficina de Relaciones Públicas; ésta elevaba al Directorio esas propuestas con informe favorable, con informe negativo o no las elevaba, y el Directorio resolvía". ¿Este procedimiento era así? Porque me resulta contradictorio con lo que acabamos de escuchar, pero es posible que hayamos malentendido.

SEÑOR CATTÁNEO.- Que yo recuerde, todas las notas venían favorables, las desfavorables no venían. Nosotros elevábamos las notas que ya venían autorizadas.

SEÑORA PERDOMO.- A mí me llegaban esas notas firmadas por los Directores.

No teníamos un plan comunicacional que tuviera los lineamientos, la estrategia del organismo, que señalara hacia acá voy, que estuviera aprobado por el Directorio y todo lo que llegara conforme a eso se cumpliera o se autorizara como se hace normalmente. Digo esto al margen que eso tuviera una partida presupuestal monetaria; hablo del contenido.

Estos pedidos según leí los Directores entendían que correspondían, porque ellos tienen otro conocimiento y otro enfoque de la población, desde el punto de vista técnico de Relaciones Públicas como trasmisión de imagen institucional, etcétera. Entendíamos que no teníamos una certificación de la eficiencia, no conocíamos el medio, no conocíamos el radio de acción, no había estudios científicos, técnicos que me pudieran asegurar que eso tenía la respuesta que se esperaba, la eficacia y la eficiencia que se esperaba.

Venían a Relaciones Públicas, Relaciones Públicas tenía que hacer el informe. En mi caso particular, dejé establecido en el informe esto que estoy diciendo. Se habían recibido esos informes, no teníamos conocimiento de que esos medios pudieran ser eficientes porque desconocíamos la certificación del medio, pero si el Directorio entendía que lo tenía que adjudicar, lo adjudicaba. En nuestra época, no se emitió juicio de valor por parte de Relaciones Públicas sobre la conveniencia o no de hacer esos anuncios.

SEÑOR PRESIDENTE.- Me quedó una respuesta pendiente que voy a reiterar, concretamente al señor Cattáneo.

En este caso específico, estamos hablando del tema del semanario "Patria", que se confirma que en el 2003 había saldos, ¿por qué se pagó sin que hubiera ejecución de la publicidad de acuerdo a lo que usted señalaba que era el criterio general? Pregunté si habían recibido alguna orden específica.

SEÑOR CATTÁNEO.- Sería una compra, como se hacía antes, por adelantado; debía tener algunos descuentos. Que recuerde, después del año 1999 no se compró más, pero de repente esa se compró. Se hacían compras que ANCAP pagaba antes de publicar, porque tenía ciertos beneficios económicos. Yo no recuerdo esa específicamente, pero puede ser que haya entrado dentro de las últimas. Lo que sí me

acuerdo clarito es que cuando entró el Presidente Sanguinetti, una de las primeras cosas que dijo fue que no se compraba más nada por adelantado.

SEÑOR PRESIDENTE.- ¿En qué año ingresó el Presidente Sanguinetti?

SEÑOR CATTÁNEO.- En diciembre de 2000; habrá sido en enero, febrero, marzo, por ahí.

SEÑOR PRESIDENTE.- Si se me permite, voy a dar una opinión personal.

En este caso específico, alguien no cumplió la orden del Presidente Sanguinetti. Durante tres años más se siguió pagando sin que hubiera publicidad.

SEÑOR CATTÁNEO.- ¿En qué año se compró?

SEÑOR PRESIDENTE.- En 2000, 2001 y 2002.

SEÑOR CATTÁNEO.- Pero se compró en el 2000.

SEÑOR PRESIDENTE.- Repito: 2000, 2001 y 2002.

SEÑOR CATTÁNEO.- Se volvió a comprar...

SEÑOR PRESIDENTE.- Sí, señor. Están los pagos, las boletas, está la propia documentación que insisto entregaron los interesados certificando que en el 2000, 2001 y 2002 no hay publicaciones y recién están en el 2003-2004. Lo pregunto porque alguien tomó una decisión diferente a la práctica. Evidentemente, usted no recuerda quién tomó esa decisión y por qué, por lo tanto, será cuestión de esta Comisión investigarlo.

Muchas gracias.

SEÑOR SALSAMENDI.- En función de una de las afirmaciones que se realizaron, quisiera saber si recuerdan algún otro caso de otorgamiento de publicidad a un órgano notoriamente partidario. Si esto era la práctica habitual en el marco de la publicidad que otorgaba ANCAP, o no siendo habitual ocurrieran casos diferentes.

Estábamos recordando con el señor Diputado Bernini los órganos partidarios. Los que leemos nosotros, ¡claro!, no recordamos ningún caso, pero puede haber sido una cuestión de casualidad. ¿Esto ocurría en otros casos de órganos partidarios? ¿Era común, normal, etcétera, que ANCAP eventualmente publicitara allí?

SEÑORA PERDOMO.- No recuerdo otro órgano partidario, pero aclaro, yo estuve cinco meses. En el caso de "Últimas Noticias", "La República", entiendo que son diarios de tiraje nacional. Todo periódico responde a una visión política subyacente.

SEÑOR LORENZO.- El objetivo de la Comisión, si bien puede ser una de las derivaciones de la actuación de la Comisión, no es regular estos temas, sino investigar concretamente dentro de un período, la regularidad, pero también es evaluar la conveniencia.

He insistido en otras instancias hemos estado bastante tiempo hablando sobre eso que es relevante saber si prácticas que pueden ser valoradas negativamente continúan o no continúan. Esto viene al caso de que no está fuera de lugar plantear cuestiones que tienen que ver con prácticas actuales.

En la Comisión, también hemos recibido declaraciones, en el caso concreto de la ex Presidenta de ANTEL, la ingeniera Simon, respecto de la realidad que viven cuando están en un Directorio en cuanto a recibir una cantidad de demandas y planteos de los cuales es difícil zafar. Entonces es entendible el manejo de esos puntos. Quiero trasmitir que en mi actividad profesional privada, que ha estado volcada a la actividad

empresaria como directivo, eso también pasa. Un directivo privado que no es un político, supuestamente, también vive ese tipo de realidades. Ya hace bastante tiempo, aunque eso no se usa mucho, que en los ámbitos académicos cuando se hacen los análisis llamados FODA o DAFO se incluyen, en lo interno, las preferencias personales del propietario o de los Directivos, más allá de las fortalezas y debilidades, y en lo externo, más allá de las oportunidades y las amenazas, lo que se llaman "exigencias sociales directas". Hace mucho tiempo de eso: lo que pasa es que en análisis profundos en cuanto a esos aspectos, pero eventualmente no manejando ese tipo de conceptos, se restringe a las cuatro letras de FODA.

El punto que a nosotros nos preocupa tiene que ver con que estamos actuando sobre empresas públicas que manejan recursos públicos, que poseen normas que no tienen las empresas privadas, cuyas decisiones no siempre tienen las consecuencias que tiene una decisión en una empresa privada. Eso, por un lado.

Por otro lado, también tiene que ver con monopolios. En función de eso, puede pasar que una decisión que nosotros podemos valorar en forma errónea, no necesariamente tiene consecuencias en el resultado del Ente porque, en definitiva, lo ajusta a precio. Esto no solo pasa en empresas públicas hay que decirlo también; hay empresas privadas que se mueven en ambientes muy fáciles de manejar, sea por existencia de monopolios privados, oligopolios o coopetencia como también se llama en el ámbito empresarial, o sea, compiten pero cooperan, y hay estrategias coordinadas que no son fruto de que los Directores se sientan a una mesa y resuelven comerse un mercado, sino porque termina funcionando así. Y las acciones de actuación sobre el mercado hacen que termine habiendo una coordinación; en definitiva, acá el punto central es que termina todo en el consumidor.

Quería hacer referencia a esto, porque los invitados mencionaron la necesidad de una regulación legal. Acá en esta Comisión se ha hecho referencia a eso, pero nosotros estamos investigando hechos o gastos, en el sentido presupuestario, en un período determinado, y tenemos el deber de evaluar su legalidad y también su conveniencia. En ese sentido, me parece muy útil que se hayan volcado, más allá de haberlo hecho en condición ciudadana y no de jerarca público, algunos conceptos que aportan a la posibilidad de que evaluemos la conveniencia. Lo de la legalidad es muy concreto, es fácil; lo de la conveniencia depende del criterio y de la orientación que uno tenga.

Disculpen esta intervención que fue un tanto conceptual

Por otra parte, quisiera saber cuáles eran las agencias de publicidad que actuaron en el período investigado 2000 al 2005, cómo fueron seleccionadas y qué intervención tuvo la Gerencia de Relaciones Públicas en esa selección.

SEÑOR CATTÁNEO.- En el período anterior al Directorio de Sanguinetti y de Ache, se contrató mediante una licitación pública a la agencia "Slogan Publicidad" durante un año, con renovaciones. El último año en el que esa agencia actuó fue el 2001. Cuando asumió Sanguinetti, lo primero que hizo fue cancelar ese año de la agencia y se conformó una Comisión que se iba a encargar de llamar a una licitación pública para contratar una nueva agencia. Si mal no recuerdo, la nueva agencia empezó en 2002. Entonces, estuvimos un tiempo sin agencia de publicidad.

La agencia que ganó la otra licitación fue "Viceversa", y actuó hasta que entró este Directorio. Ahí se hizo una licitación por un menor tiempo para el festejo del aniversario de ANCAP, y ganó "McCann". Actualmente, se hizo una nueva licitación y ganó "In", de Invernizzi. Siempre se formó una Comisión y se hizo por licitación pública.

En cuanto a la pregunta de quién integraba la Comisión, debo decir que en la época de Sanguinetti estaban el Gerente de Comercialización de Combustibles y Lubricantes, el Gerente de Relaciones Públicas, un delegado de la Gerencia General, el Gerente de Asesoría Legal o un delegado de Asesoría Legal y un Director, que fue el doctor Saralegui. Esa Comisión estudió todas las ofertas y propuso una. Después, el Directorio la autorizó.

SEÑOR PIÑEIRO.- Recién se mencionó al doctor Saralegui por el Directorio. Acá están presentes dos integrantes de esa Comisión: el señor Cattáneo, en su condición de Gerente de Relaciones Públicas, y la contadora Perdomo, como representante de la Gerencia General. También integraban la Comisión el hoy Secretario General de ANCAP, doctor Miguel Tato, como representante de la Gerencia General, específicamente del área legal, y el contador Porrini por Comercialización de Combustibles y

Lubricantes ya que, como había dicho anteriormente, la contratación de la agencia también abarcaba la publicidad relacionada con productos.

SEÑOR SALSAMENDI.- ¿Los balances de ANCAP perdonen la consulta, voy a abusar de su generosidad, pero simplemente es para ahorrarme tiempo los realizan las áreas contables, etcétera, y pasan directo a la aprobación del Directorio o tenían algún trámite que pudiera pasar por la Gerencia General?

SEÑOR PIÑEIRO.- El balance es preparado por la División Económico Financiera que depende de la Gerencia General. Obviamente, la Gerencia General lo eleva al Directorio. Acá podemos separar períodos, pero también hay un informe de la Auditoría Interna, y a partir de 2000, 2001, de la Auditoría Externa. O sea que cuando la Gerencia General elevaba el balance sugiriendo su aprobación por parte del Directorio, se tenía la opinión de la Auditoría Externa, que es la misma firma que se desempeñó desde 2000-2005 hasta la actualidad.

Aprovecho la oportunidad para decir algo que no sé si fue aclarado. Leyendo la versión taquigráfica de la sesión en la que estuvieron el señor Sanguinetti y el doctor Saralegui, advertí que hicieron una pregunta relacionada con el rubro "viáticos en sueldos", cuya denominación fue poco feliz. Estoy mirando la página 3 de la versión taquigráfica del 17 de abril. Cuando la leí, me sorprendió. La denominación es poco feliz porque lo que me informó la Gerente del área Económico Financiero es que esa columna refiere al monto imponible sujeto a las contribuciones a la seguridad social. En el caso de los viáticos al exterior que es el caso del Directorio, una parte de esos viáticos se incluye en el recibo de la liquidación de los haberes, tanto en la columna del debe como en la del haber, a efectos de ser alcanzada por las contribuciones a la seguridad social. O sea que ese monto es absolutamente ficto para el cálculo de la contribución a la seguridad social. No sé si ya se había aclarado, pero como vi este tema en la versión taquigráfica que nos hicieron llegar, quería referirme a él para que no quedaran dudas.

SEÑOR SALSAMENDI.- ¿Esos balances son de contabilidad analítica? ¿Describen todos los rubros detalladamente? ¿Hay un balance que se maneje al interior del organismo y otro balance, con características distintas a partir de una técnica contable diferente, analizado por la Auditoría Externa?

SEÑOR PIÑEIRO.- El balance está de acuerdo con las normas contables internacionales de contabilidad, comúnmente llamadas NIC. Las notas explicativas forman parte de los estados contables, y en ellas obviamente hay un mayor desarrollo de detalle. No hay, como balance o como estado contable, ningún doble juego ni nada por el estilo. Lo que sí hay, sobre la base de esos estados contables, son distintos tipos de análisis. Lo más usual es el análisis de costos por distintas áreas, etcétera, que son estados complementarios que ayudan a una mejor interpretación y conocimiento de los resultados, pero el balance es uno solo.

SEÑOR BERNINI.- Pido disculpas porque tuve que salir a atender un programa de radio con el que estaba comprometido. Les agradezco muchísimo que estén presentes.

Voy a hacer una reflexión parecida a la que realizó el señor Diputado Lorenzo, con quien en ese tema, independientemente de pertenecer a sectores políticos diferentes, coincidimos bastante en cuanto a lo expresado por el señor Iribarnegaray.

Como habrán apreciado, acá estamos tratando de buscar elementos para atender fundamentalmente el tema de la oportunidad y, como es obvio, el de la ilegalidad, en caso de que la hubiere. En el tema de la donación y de la publicidad, nos interesa fundamentalmente lo relativo a la oportunidad del gasto. Está claro que las empresas públicas son las más importantes del país. Por lo tanto, siempre se acude a ellas, ya sea para pintar una cancha de baby fútbol o para desarrollar algún evento que para una localidad o colectivo significa algo muy importante. El tema es cuál es el criterio. Estamos tratando de profundizar en los criterios. Siempre, y este es un concepto general, cuanto más despersonalizada sea la política, cuanto más objetiva sea aunque siempre hay un marco de subjetividad, mejor. No es lo mismo que se instale un equipo que analice los criterios en función de la responsabilidad social de la empresa que es un criterio técnico, tanto aplicado a empresas privadas como a empresas públicas que el hecho de que la discrecionalidad quede acotada a la

voluntad de un solo individuo o de un grupo reducido de individuos. Ese es el tema que está en discusión, y lo quiero aclarar porque es muy importante.

Cuando compareció el nuevo Directorio, el Presidente saliente, el ingeniero Daniel Martínez, comentaba la dificultad con la que se habían encontrado y los esfuerzos que estaban haciendo para tratar de quitar de la órbita del Directorio la capacidad de decisión particular, pero no en cuanto al tema de los criterios. Por ejemplo, nos dijo que prácticamente el 70% o el

80% de las donaciones se estaba haciendo directamente al Comité de Emergencia Nacional para atender el dengue, etcétera. Ese es un criterio. Esto es subjetivo y, obviamente, cada uno puede tener su punto de vista.

Y aquí abro un paréntesis. Ayer quedé bastante sorprendido cuando escuché decir a un alto Ministro de la Suprema Corte de Justicia que era natural que entraran personas a trabajar en el Poder Judicial recomendadas por un Juez y no por concurso. Yo discrepo. Este es un ejemplo. ¿Es esto ilícito? No. Es un concepto. Y con el tema de las donaciones y de la publicidad, ocurre lo mismo. No alcanza con decir que esto existió toda la vida, que todos, en mayor o en menor medida, lo hacen. Y aquí abundo un poco más: soy de los que piensa que desde el Poder Legislativo quizá podamos dar un marco regulatorio a partir de toda esta experiencia. No se trata solamente aunque es muy importante de analizar si hubo responsabilidades individuales a nivel político, sino también de aprender para facilitar un marco que permita tener reglas de juego claras que den ciertas garantías. Notoriamente creo que hay un problema de concepción y comparto los esfuerzos que se están haciendo ahora para dar un marco de mayor objetividad a este tipo de políticas.

SEÑOR GUADALUPE.- Soy suplente del señor Diputado Borsari Brenna.

Quiero profundizar en el caso específico, sobre el que se ha insistido en la Comisión, del Semanario "Patria". Me gustaría que se aclarara si este ha sido un caso excepcional de una publicación gráfica, donde por única vez en la historia de ANCAP y de los medios gráficos se pagó bajo esa modalidad, o si respecto a otros medios gráficos han existido esos saldos que luego se fueron ejecutando.

También quiero saber si la contratación de la publicidad fue cumplida en todos sus términos. Creo que mi solicitud de aclaración podría estar dirigida a la señora Susana Pereira.

SEÑORA PEREIRA.- ¿Me pregunta si fue la única vez que se dio en un semanario partidario?

SEÑOR GUADALUPE.- No, si fue la única vez en un medio gráfico, porque la calificación de semanario partidario es una cuestión muy subjetiva. Ya vimos que hay distintos criterios. Hay quienes califican al diario "La República" como un órgano partidario, y hay quienes pueden decir lo mismo de "El País", de "El Plata", de "El Día", de "Marcha", de la publicación del PIT-CNT. Eso es muy subjetivo. Vamos a tener que hablar de una naturaleza de publicidad, que en este caso es gráfica.

SEÑORA PEREIRA.- En el período en que estuve yo, que fue un año, fue el único caso, fuera de los saldos que quedaron ya pagos por la agencia de publicidad "Slogan", separado de la agencia, que se pagó.

Pero quiero aclarar que en todo el año 2003 yo firmé dos facturas, cada una de ellas por $ 15.000. Reitero: dos facturas por $ 15.000; no se trata de millones de pesos. Yo conformé las dos facturas, que ya estaban pagas. Eso fue a lo largo de todo el año 2003. Ese fue el único caso. Esto podrá tener sus consideraciones éticas, pero no encuentro que sea ilegal o grave. Fueron dos facturas por $ 15.000 cada una.

SEÑOR GUADALUPE.- ¿En definitiva, usted puede aseverar que se ejecutó esa publicidad, que se cumplió?

SEÑORA PEREIRA.- Sí, por supuesto. Además, se aprovechó que se planificaba el lanzamiento de un nuevo güisqui, el Mac Pay etiqueta negra. No sé si en las copias que ustedes tienen está lo del güisqui.

Reitero: se publicaron. Pero no se publicaron en 2000 2001, se publicaron por primera vez en 2003.

SEÑOR PRESIDENTE.- ¿Le puedo hacer una pregunta? Porque ahora me quedó una duda. ¿Recuerda a qué correspondían esas dos facturas de $ 15.000 que usted firmó en 2003?

SEÑORA PEREIRA.- Creo que a Mac Pay etiqueta negra, ya que era el lanzamiento que se estaba haciendo en ese momento. No estoy segura; ¡hace cinco años que me fui!

SEÑOR PRESIDENTE.- Le agradezco el esfuerzo que usted está realizando. La pregunta es si usted recordaba.

SEÑORA PEREIRA.- Me acuerdo que había firmado esas dos facturas; que era una publicidad que desde hacía tiempo estaba pendiente. Estoy casi segura que se trataba de Mac Pay porque era de lo que se hablaba en ese momento, de hacer el lanzamiento de un nuevo güisqui. Aunque acá veo que hay otras, de otro tipo, pero no sé si serán de otra época. Estoy segura que era güisqui Mac Pay etiqueta negra.

SEÑOR SALSAMENDI.- Sigo con una duda. Perdonen, quizás sea una insistencia exagerada, pero no logro despejar la duda.

Hoy se nos señalaba que no había forma de pagar, no se pagaba si no venía alguien y decía: "Mire: acá está la publicación. Acá está el aviso, Mac Pay, o lo que fuera, está acá; ya lo publicamos" y, entonces, se pagaba. ¿Por qué en este caso el mecanismo es tan distinto? Esa es la duda que no logro despejar. En un inicio entendí que se planteó, dado el período, que en el año 2000 se hubiera adoptado una resolución a la luz de lo que era la práctica hasta ese momento y, por lo tanto, se contratara un paquete determinado con una publicidad que, por las razones que ya fueron señaladas, se publicara con posterioridad. Ahora, en 2001 y 2002 por lo que nos señalaron también no era esa la práctica ni las resoluciones del Directorio. Ahí es donde no logro entender por qué se produce esa divergencia en este caso.

SEÑOR CATTÁNEO.- No lo sé. No me acuerdo de haber hecho esa contratación que dicen ustedes, pero evidentemente se hizo; no lo recuerdo. Repito lo que ya saben: hasta cierto período sí, después no.

SEÑOR PIÑEIRO.- Voy a realizar una acotación. En todos los casos, para que se procediera al pago, debía haber una conformidad dada por la Gerencia de Relaciones Públicas, para precisar la intervención del Área Económico-financiera que dependía de la Gerencia General en todo este tema. Es decir, una conformidad a la factura que se estaba pagando existió por parte de la Gerencia de Relaciones Públicas. Antes se hacía en forma física; actualmente, con los sistemas informáticos, se realiza a través de una intervención en el PC correspondiente a la Gerencia.

SEÑOR IRIBARNEGARAY.- Voy a realizar una última precisión; no es una contestación a lo planteado por el señor Diputado, porque no corresponde.

Mientras no se legisle en este tema me queda claro cuál es el objetivo de la Comisión, creo que ese no lo es; quizás surge como una inquietud a posteriori, difícilmente se resuelva este problema. Lo tendrán con otros actores que serán de un signo o de otro signo. Cada Directorio que viene se encuentra con este problema; yo noto que tiene problemas serios. ¿Y qué utiliza? Utiliza su leal saber y entender para tratar de resolverlo de la manera que entienda es mejor. Y la mejor manera que él entienda quizás no me convenza a mí, a ustedes o a cualquiera de nosotros. O sea que es necesario legislar en este tema si es que se quiere resolver este problema y no seguir con este tipo de investigaciones, que mañana será de otro período.

Este Directorio también introdujo modificaciones pero, por ejemplo, en lo que se refiere al Comité Nacional de Emergencia, ANCAP siempre colaboró, inclusive, con el tema de la aftosa. ANCAP colabora hasta con Metzen y Sena; no sé cuánta plata le va a llevar eso al ente. También lo hace con PLUNA, con UTE; no se sabe eso.

No digo esto por casualidad, sino por algo que mencionó la señora Susana Pereira que es la Gerenta de Relaciones Públicas más técnica que ha tenido ANCAP y ha sido la Presidenta de la Confederación Interamericana. Ella mencionó acá el tema del retorno que podía haber para la empresa. Por ejemplo, este

Directorio resolvió hacer convenios con los Ministerios. No estoy haciendo un juicio de valor, de ninguna manera, porque ya lo dije: cada Directorio, con su librito, a su leal saber y entender.

Entonces, este Directorio resolvió hacer independientemente de que siga haciendo particularmente donaciones, publicidad, en menor medida convenios con Ministerios. En ese caso, ANCAP sale del tema, entonces se recibe a través de un Ministerio, el que recepciona la solicitud, pero ANCAP hizo el gasto. Las empresas aunque sean públicas y monopólicas, en algunos casos necesitan tener un retorno de imagen. Entonces, lo recibe el Ministerio; yo no sé cómo lo usará el Ministerio, pero es plata que sale de ANCAP y de todos nosotros.

Por eso digo que, independientemente del objetivo actual que tiene planteada la Comisión, me da la impresión de que sería una solución para el futuro que alguien se tomara el tiempo para legislar sobre el tema; los Directorios no lo van a resolver.

SEÑORA PEREIRA.- Quisiera saber si evacuamos todas las preguntas o si tendremos alguna nueva citación.

SEÑOR PRESIDENTE.- Creo que los que estamos acá quedamos realmente satisfechos.

Les agradezco la calidad de la información que, entre otras cosas, responde a la idoneidad que ustedes tienen para ocupar los cargos que han ocupado o están ocupando en la actualidad.

Les agradecemos la actitud que han demostrado al hacerse presentes apenas fueron citados por la Comisión.

Se levanta la reunión.